

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEJAHTERA MART RANTEPAO KABUPATEN TORAJA UTARA

Winta Panimba¹⁾, Westerini Lusdani²⁾ Ulfiani Tonapa³⁾.

¹Fakultas Ekonomi/Pariwisata, Universitas Kristen Indonesia Toraja
E-mail: wintaditha@gmail.com

²Fakultas Ekonomi/Pariwisata, Universitas Kristen Indonesia Toraja
E-mail: lusdaniwesterini@gmail.com

Abstract

The Influence of Price and Service Quality on Purchase Decisions at Sejahtera Mart Rantepao, North Toraja Regency. The problems in this study are: Does the price affect purchasing decisions at Sejahtera Mart Rantepao. Does the quality of service affect purchasing decisions at Sejahtera Mart Rantepao.) Do prices and service quality affect purchasing decisions at Sejahtera Mart Rantepao. The population in this study are consumers who make purchases at Sejahtera Mart Rantepao. Sampling in this study is Nonprobability Sampling. The data analysis technique used is instrumenttest, classical assumption test, hypothesis testing. The results of the study The price has a significant effect on purchasing decisions because the value of $t_count > t_table$ is $0.254 > 0.2006$ and the resulting significance is $0.800 < 0.05$. 2) Service has a significant effect on purchasing decisions because the value of $t_count > t_table$ or $0.677 > 0.2006$ and the resulting significant is $0.500 < 0.05$.

Keywords : Price, Service, Purchase Decision

1. PENDAHULUAN

Bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah bisnis penjualan barang, untuk dapat memenangkan pesaing dalam bisnis yang bergerak dalam bidang penjualan barang, pelaku bisnis harus merencanakan strategi pemasaran untuk memuaskan keinginan konsumen, kepuasan konsumen harus selalu diutamakan oleh perusahaan demi kelancaran dalam usahanya. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini adalah harga yang dapat menarik konsumen, harga yang ditawarkan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan cara-cara pemasaran yang dilakukan harus bisa menarik setiap konsumen yang ada dengan melakukan strategi pemasaran yang baik.

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan prima, kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena memengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan.

Sejahtera Mart harus berinovasi dalam hal harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen jika ingin mempertahankan konsumennya agar usahanya tetap berjalan. Pada tahun 2019 hingga saat ini terjadi musibah penyakit yang melanda seluruh dunia mengakibatkan menurunnya perekonomian dan banyaknya usaha lain yang tutup, maka dari itu Sejahtera Mart harus berusaha melakukan yang terbaik untuk kelangsungan usahanya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka menarik untuk dilakukan sebuah penelitian yang akan menghasilkan analisis mengenai peran dari masyarakat terhadap keputusan membeli sebagian kebutuhan pada Sejahtera Mart Rantepao Kabupaten Toraja Utara.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu metode yang bersifat menerangkan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel memengaruhi variabel lainnya (Sugiyono, 2017).

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada 1 (satu) objek yang dituju yaitu Sejahtera Mart Rantepao Kabupaten Toraja Utara, waktu penelitian akan disesuaikan dengan kondisi lokasi penelitian yang dituju.

- a. **Penelitian Lapangan (*Field Research*)**. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara mendatangi langsung Sejahtera Mart Rantepao dengan tujuan untuk mengamati serta mencatat berbagai informasi dari para responden.
- b. **Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)**. Selain penelitian lapangan penelitian ini juga dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari internet dan buku.

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti, seperti menurut sugiono (2011 ; 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pendapat diatas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi, Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Sejahtera Mart Rantepao.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian untuk mengetahui jumlah yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian (Abdul Gotur, 2019). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *Nonprobability Sampling* (populasi tidak diketahui), yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015).

Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan metode *Accidental Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya (Sugiyono, 2015). Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel dicari dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2017):

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z^2 = Harga dalam kurva normal simpanan 5%, dengan nilai = 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (*Sampling Error*), dalam penelitian ini menggunakan 10% sehingga jumlah sampel yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{(1,96^2) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,00$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 pengunjung Sejahtera Mart Rantepao.

Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Tabel 1.
Definisi operasional

Variabel	Definisi operasional	Indikator
Harga (X ₁)	Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang, dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dan kualitas produk 3. Daya saing harga
Kualitas pelayanan (X ₂)	Kualitas pelanggan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam hal ini toko dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan.	1. Keanggalan 2. Ketanggapan 3. Jaminan 4. Empati 5. Berwujud
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa dengan perimbangan pertimbangan tertentu	1. Pilihan produk 2. Pilihan penyalur 3. Waktu penyalur 4. Waktu pembelian 5. Metode pembelian

Sumber : Data diolah (2024)

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda, digunakan untuk mengetahui pengaruh rasional terhadap keputusan pembelian di Toko Sejahtera mart rantepao Kabupaten Toraja Utara. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Harga

X₂ = Pelayanan

Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan (Ali Muhson, 2015: 30).

2. Uji signifikansi t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Ghozali 2013:15). Untuk mengetahui nilai t statistik tabel ditentukan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan yaitu df = (n-k), dimana n= jumlah observasi

dan k = jumlah variabel. Pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsial juga didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program SPSS statistik parametrik sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak

3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ali Muhson, 2015:30).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejahtera Mart merupakan salah satu toko yang bertempat di Jl. A. Yani Karassik, Kecamatan Rantepao, Kabupaten Toraja Utara, Sulawesi Selatan. Sejahtera Mart bergerak dalam bidang menjual semua kebutuhan manusia yang terdiri dari makanan ringan, minuman, peralatan rumah tangga, kebutuhan mandi dan lain-lain dengan jumlah karyawan 32 orang, ada 7 orang di bagian paking sudah termasuk dalam merangkap bagian Gudang.

Jam operasional setiap hari Senin-Sabtu mulai dari pukul 07:30-20:30 WITA, dan pada hari minggu di mulai pada pukul 10:00-20:30 WITA. Kelebihan Sejahtera Mart adalah menyiapkan permainan anak-anak diatas lantai 3, harga terjangkau sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang ramah dan sangat memuaskan konsumen. Disamping itu mengingat Sejahtera Mart sudah sekitar 8 tahun berdiri. Sejahtera Mart sudah memiliki banyak pelanggan utama yang selalu membeli di Sejahtera Mart maupun yang baru membeli. Walaupun banyak toko-toko lain di Kecamatan Tallunglipu, Kabupaten Toraja Utara.

Gambaran Umum Responden

Pada pembahasan berikut disajikan deskripsi data yang telah diperoleh dalam penelitian ini. Data hasil penelitian diperoleh secara langsung dari responden yaitu dengan kuesioner penelitian yakni mengajukan pernyataan yang telah disiapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data tabel dibawah ini, jenis kelamin diketahui persentasi terbesar jenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu 58 orang atau 60,416% dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 38 orang atau 39,583%.

Tabel 2.
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Jumlah(orang)	Persentase%
1	Perempuan	58	60,416%
2	Laki-laki	38	39,583%
	Jumlah	96	100%

Sumber: data diolah (2024)

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data tabel dibawah ini, karakteristik responden berdasarkan usia 11-20 tahun sebanyak 24 orang atau 25%, usia 21-30 tahun sebanyak 52 orang atau 54,166%, usia 31-40 tahun sebanyak 11 orang atau 11,458%, usia 41-50 tahun sebanyak 7 orang atau 7,261%, usia 51-60 tahun sebanyak 1 orang atau 1,041%, usia 61-70 tahun sebanyak 1 orang atau 1,041%.

Tabel 3.

Umur Responden

No	Umur	Jumlah(orang)	Persentase%
1	11-20	24	25%
2	21-30	52	54,166%
3	31-40	11	11,458%
4	41-50	7	7,261%
5	51-60	1	1,041%
6	61-70	1	1,041%
Jumlah		96	100%

Sumber: data diolah (2024)

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data tabel dibawah ini, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan PNS sebanyak 1 orang atau 1,041%, Pegawai sebanyak 3 orang atau 3,125%, Irt sebanyak 15 orang atau 15,625%, Siswa 15 orang atau 15,625%, Petani sebanyak 8 orang atau 8,333%, Guru sebanyak 5 orang atau 5,208%, Wiraswasta sebanyak 15 orang atau 15,625%, Mahasiswa sebanyak 22 orang atau 22,916%, TNI sebanyak 1 orang atau 1,041%, SPG sebanyak 1 orang atau 1,041%, Petugas Kesehatan sebanyak 1 orang atau 1,041%, Tukang bangunan sebanyak 1 orang atau 1,041%, Karyawan sebanyak 7 orang atau 7,291% dan Menenun sebanyak 1 orang atau 1,041%.

Tabel 4.

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah(orang)	Persentase%
1	PNS	1	1,041%
2	Pegawai	3	3,125%
3	Irt	15	15,625%
4	Siswa	15	15,625%
5	Petani	8	8,333%
6	Guru	5	5,208%
7	Wiraswasta	15	15,625%
8	Mahasiswa	22	22,916%
9	TNI	1	1,041%
10	SPG	1	1,041%
11	Petugas Kesehatan	1	1,041%
12	Tukang Bangunan	1	1,041%
13	Karyawan	7	7,291%
14	Menenun	1	1,041%
Jumlah		96	100%

Sumber: data diolah (2024)

Teknik Analisis Data

Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan variabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kata dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Semakin tinggi hasil yang diperoleh berbanding lurus dengan reabilitas.

1. Harga

Tabel 5.
Hasil Uji Reabilitas Harga (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-.024	4

Sumber: data diolah (2024)

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* 0,024. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari harga (X1) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

2. Pelayanan

Tabel 6.
Hasil Uji Reabilitas Pelayanan (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	4

Sumber: data diolah (2024)

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* 0,742. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari produk (X2) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

3. Keputusan Pembelian

Tabel 7.
Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.601	4

Sumber: data diolah (2024)

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* sebesar 0,601. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari keputusan pembelian (Y) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dengan menggunakan korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan skor total. Nilai korelasi yang diperoleh (r_{hitung}) dibandingkan dengan (r_{tabel}). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf kepercayaan tertentu, maka disimpulkan instrument

tersebut memenuhi kriteria validitas sehingga item dinyatakan valid. Dengan derajat kebebasan (df) dalam penelitian ini adalah $100-2=98$ dan tingkat signifikan 5% maka diperoleh r_{tabel} yaitu 0,1966. Hasil uji validitas data sebagai berikut:

1. Harga

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa 4 item pernyataan variable harga memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} , maka seluruh item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 8.

Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Item pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0,493	0,2006	Valid
2	0,647	0,2006	Valid
3	0,261	0,2006	Valid
4	0,594	0,2006	Valid

Sumber: data diolah (2024)

2. Pelayanan

Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa 4 item pernyataan variable pelayanan memiliki r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} , maka seluruh item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 9.

Hasil Uji Validitas Pelayanan (X2)

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0,692	0,2006	Valid
2	0,801	0,2006	Valid
3	0,778	0,2006	Valid
4	0,791	0,2006	Valid

Sumber: data diolah (2024)

3. Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa 4 item pernyataan variabel keputusan pembelian memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari dibandingkan dengan r_{tabel} , maka seluruh item pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 10

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,398	0,2006	Valid
2	0,418	0,2006	Valid
3	0,463	0,2006	Valid
4	0,552	0,2006	Valid

Sumber: data diolah (2024)

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 11
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07422222
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.140
	Negative	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.390
Asymp. Sig. (2-tailed)		.042

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas seperti terlihat pada tabel 4.10 diketahui nilai signifikan $0,042 > 0,05$ jadi nilai residual terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor (VIF)*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

Tabel 12
Hasil Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistics		Keputusan
Tolerance	VIF	
,986	1.014	Tidak ada gejala multikolinieritas
,986	1.014	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber: data diolah (2024)

Tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variable independen memiliki nilai *Tolerance Value* diatas 0,1 dan VIF kurang dari 10, yaitu nilai *Tolerance Value* untuk variabel harga 0,986 dan variabel pelayanan 0,986. Sedangkan nilai VIF untuk variabel harga 1,014, dan variabel pelayanan 1,102. Jadi dapat dinyatakan tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

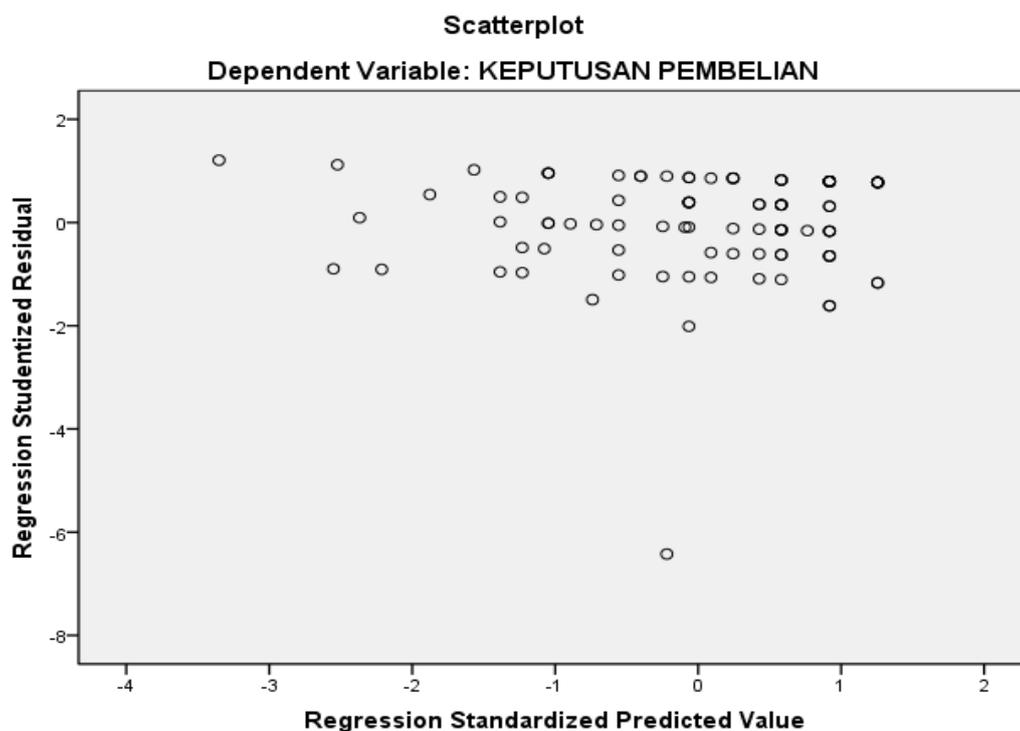
Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians sama dan residual satu pengamatan dan pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Tabel 13
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	15.707	4.316		3.639	.000
HARGA	.055	.215	.026	.254	.800
PELAYANAN	.080	.118	.071	.677	.500

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.14 diatas nilai signifikan pada harga, produk dan pelayanan memiliki nilai lebih besar dari 0,05 atau harga 0,800>0,05, kemudian untuk pelayanan 0,500>0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.



Gambar 3.1

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan output scatterplot diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis
 Analisis Regresi Berganda

Tabel 14
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	15.707	4.316		3.639	.000
HARGA	.055	.215	.026	.254	.800
PELAYANAN	.080	.118	.071	.677	.500

Sumber: data diolah (2024)

Dari hasil tersebut persamaan regresi linear dapat diperoleh dari *unstandardized coefficient*, hal ini pengukurannya menggunakan skala penilain yang sama yaitu Likert, sehingga persamaannya sebagai berikut: keputusan pembelian (Y) = 17,707 + 0,055 harga + 0,080 pelayanan + e.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut merupakan hasil pengujian koefisien determinasi yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square
1	.078 ^a	.006

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa besar nilai R² adalah 0,006 atau 00,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 00,6% jadi sisanya 94% yang di dapatkan dari 00,6%-100 yakni di pengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam model penelitian ini.

Uji t

Uji-t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi variabel bebas (harga, produk dan pelayanan) secara persial atau individual menerangkan variabel terikat (keputusan pembelian) berdasarkan tabel, maka hasil uji-t adalah sebagai berikut:

Tabel 16.
Hasil Pengujian t
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3.639	.000
HARGA	.254	.800
PELAYANAN	.677	.500

Sumber: data diolah (2022)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (harga, produk, dan pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dapat dilihat dari nilai signifikan setiap variabel.

1. Dari hasil perhitungan data pada tabel diatas, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,254 > 0,2006$ dan signifikansi yang dihasilkan $0,800 > 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.
2. Dari hasil perhitungan data pada tabel di atas, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $0,677 > 0,2006$ dan signifikan yang dihasilkan $0,500 > 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

Uji-F

Uji-F di maksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (harga, produk dan pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17
Hasil Uji F
Anova^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.512	2	1.256	.286	.000
Residual	408.728	93	4.395		
Total	411.240	95			

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F pada tabel diatas didapatkan lihat pada rumus f_{tabel} yakni $f(k;n-k)$ jadi nilai f_{hitung} sebesar 286 dengan nilai f_{tabel} 4,08 sehingga dapat dikatakan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian (Y) atau dikatakan bahwa variabel hargadan pelayanan bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

Dari hasil uji analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart yang menunjukkan yakni nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $0,254 > 0,2006$. Dimana nilai tersebut berarti harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart. Dan itu disebabkan oleh harga produk pada Sejahtera Mart disesuaikan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan, harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat umum dan ada perbedaan harga barang antara toko Sejahtera Mart dengan toko lain. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu pada tahun 2016 yang dilakukan oleh Angelina Chandra Tjiang yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Inova PT. Haji Kalla Cabang Alauddin Makassar”, yang menyatakan

bahwa variabel X1 atau variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

Dari hasil perhitungan data pada tabel di atas, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $0,677 > 0,2006$ dan signifikan yang dihasilkan $0,500 < 0,05$. Maka hal ini berarti bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart. Dan itu disebabkan oleh pelayanan selama berbelanja di Toko Sejahtera Mart baik, karyawan toko memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, respon karyawan cepat, karyawan peduli dan rama terhadap pengunjung.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu pada tahun 2016 yang dilakukan oleh Angelina Chandra Tjiang yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Inova PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar*”, yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Harga dan pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang telah disebar kepada konsumen atau pelanggan Toko Sejahtera Mart, diketahui bahwa keputusan pembelian pada Toko Sejahtera Mart telah dipenuhi. Dimana berdasarkan hasil Uji-F diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari Harga (X1) dan Pelayanan (X2), terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian (Y). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu pada tahun 2016 yang dilakukan oleh Angelina Chandra Tjiang yang berjudul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Inova PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar*”, yang menyatakan bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga (X1) dan pelayanan (X2), secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian (Y).

Selain itu berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) yang telah di uji, menunjukkan bahwa variabel bebas yakni harga dan pelayanan terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian memiliki hubungan positif. Dengan nilai R^2 sebesar 0,006 yang menunjukkan bahwa harga, dan pelayanan mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 00,6%. Sedangkan sisanya 94% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan pada pengujian harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

1. Berdasarkan hasil uji-t harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.
2. Berdasarkan hasil uji-t produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.
3. Berdasarkan hasil uji-t pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Sejahtera Mart.
4. Berdasarkan hasil uji-F maka didapatkan hasil bahwa variabel harga, pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di sejahtera Mart.

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Sejahtera Mart, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya menarik konsumen untuk selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menemukan faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Sejahtera Mart.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, Chandra Tjiang. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil Inova PT. Hadji Kallla Cabang Alauddin Makassar*. Jurnal.
- Imam, Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Machfoedz, M. (2013). *Pegantar Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Akademi manajemen pemasaran YPKPN.
- Muhson, Ali. (2015). *Pedoman Praktikum Aplikasi Computer Lanjut*. Yogyakarta: FE UNY.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, amstrong. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Englang: Pearson education limited.
- Lupiyoadi , R. (2013). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rusyadi, Mhd. (2017). *Customer Excellent*. Yogyakarta: Gosyan Publishing
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Eidos.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tciptono, fandy. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yongyakarta: Andioffset.
- Widodo. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia:Teori, Perencanaan Strategi, Isu Isu Utama Dan Globalisasi*. Bandung: Manggu Media.
- Wijaya, Tunggal. (2014). *Manajemen Kontenporer*. Jakarta: Harvindo.